

DAFTAR PUSTAKA

- Amadea, A. (2021, April 29). *Sah! Sandiaga Uno Bawa Rendang ke Ajang Spices of The World di Dubai*. kumparan. <https://kumparan.com/kumparanfood/sah-sandiaga-uno-bawa-rendang-ke-ajang-spices-of-the-world-di-dubai-1veEfiY2AFh>
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak.
- Ardy, N., & Yulihastri, Y. (2020). Strategi Pengembangan Atraksi Pengolahan Rendang (Marandang) Sebagai Daya Tarik Wisata Gastronomi Di Kampung Rendang Kota Payakumbuh. *Jurnal Ekonomi*, 23(2), 134–154. <https://doi.org/10.47896/je.v23i2.216>
- Arif, E., Dewi, R. S., Darwis, Y., Astuti, N. P., & Andriawan, O. (2018). *Pelatihan Komunikasi Pariwisata Masyarakat Pesisir Dalam Mendukung Pengembangan Pariwisata Pantai di Kec. Tanjung Mutiara Kab. Agam*. 25(2), 6.
- Berbel-Pineda, J. M., Palacios-Florencio, B., Ramírez-Hurtado, J. M., & Santos-Roldán, L. (2019). Gastronomic Experience As A Factor Of Motivation In The Tourist Movements. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 18, 100171. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2019.100171>
- BPS Kota Payakumbuh. (2022). *Kota Payakumbuh Dalam Angka 2022*. BPS Kota Payakumbuh.
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata (Tourism and Communication): Pemasaran Dan Brand Destinasi*. Jakarta: Prenada Media.
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (Revisi). Jakarta: Rajawali Pers.
- Chang, J., Okumus, B., Wang, C.-H., & Chiu, C.-Y. (2020). Food Tourism: Cooking Holiday Experiences In East Asia. *Tourism Review*, ahead-of-print(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/TR-09-2019-0399>
- Christy, T. (2021, Juni 5). Pemerintah Kota Payakumbuh Ingin Kembangkan School of Randang Sebagai Wisata Gastronomi. *Top Sumbar*. <https://www.topsumbar.co.id/pemerintah-kota-payakumbuh-ingin-kembangkan-school-of-randang-sebagai-wisata-gastronomi/>

- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Eddyono, F. (2021). *Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Emungtyas, N. F. (2020). Gastronomic Branding: New 'Menu' for Tourism, Diplomacy, and Destination Branding. *Jobmark: Journal of Branding and Marketing Communication*, 2(1), 51–53. <https://doi.org/10.36782/jobmark.v1i1.94>
- Griffin, E. A., Ledbetter, A., & Sparks, G. G. (2019). *A First Look At Communication Theory* (Tenth edition). New York: McGraw-Hill Education.
- Handra, F. M. (2020). *Branding "Taste Of Padang" Oleh Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat Dalam Upaya Menciptakan Awareness Masyarakat* [Diploma, Universitas Andalas]. <http://scholar.unand.ac.id/63381/>
- Hanifah, H., Saputra, R. A., & Ramadhanty, G. S. (2017). *Rendang, Merantau, dan Minangkabau*. Bandung: Bitread Publishing.
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. CV Jejak.
- Hodžić, S., Bogdan, S., & Bareša, S. (2020). The Financial Potential of Gastronomy for Tourism Development in Croatia. Dalam A. Peštek, M. Kukanja, & S. Renko (Ed.), *Gastronomy for Tourism Development* (hlm. 211–245). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-78973-755-420201010>
- Irwansyah. (2020). *Gastronomi (Brand): Konsep Dan Gagasan Awal*. Yogyakarta: Quantum.
- Isdarmanto. (2017). *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta: Gerbang Media Aksara.
- Kaushal, V., & Yadav, R. (2020). Understanding Customer Experience Of Culinary Tourism Through Food Tours Of Delhi. *International Journal of Tourism Cities*, ahead-of-print(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/IJTC-08-2019-0135>

- Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2017). *Marketing For Hospitality And Tourism* (Seventh edition, global edition). London: Pearson Education Limited.
- Leavy, P. (2017). *Research Design: Quantitative, Qualitative, Mixed Methods, Arts-Based, And Community-Based Participatory Research Approaches*. Guilford Press.
- Liliweri, A. (2010). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Kencana.
- Maulida, D. (2019). Tourism Destination Branding: Analisis Strategi Branding Wisata Halal “The Light Of Aceh” (Studi Kasus Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Aceh Tahun 2015-2016). *SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.35308/source.v5i1.1171>
- Mihardja, E. J., Mulyasari, P., Widiastuti, T., & Bintoro, K. (2019). *Strategi City Branding* (Jakarta). Jakarta: Universitas Bakrie Press. [//slims.bakrie.ac.id/index.php?p=show_detail&id=3792](http://slims.bakrie.ac.id/index.php?p=show_detail&id=3792)
- Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2008). *Destination Branding: Creating The Unique Destination Proposition* (2. ed., reprinted). Amstedam: Butterworth-Heinemann.
- Mustikaningsih, M., Novianti, E., & Fatma, D. (2019). Destination Branding Kawasan Wisata Ciletuh—Pelabuhan Ratu Sukabumi Melalui Geopark. *Bulletin of Scientific Contribution*, 17, 8.
- Novita, S., & Firmansyah, F. (2021). Strategi Destination Branding Waduk Jatiluhur Sebagai Wisata Air Unggulan Di Jawa Barat. *Jurnal Audience*, 4(01), 1–27. <https://doi.org/10.33633/ja.v4i01.4235>
- Pawito. (2008). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. LKiS Yogyakarta.
- Ruiz-Real, J. L., Uribe-Toril, J., & Gázquez-Abad, J. C. (2020). Destination Branding: Opportunities And New Challenges. *Journal of Destination Marketing & Management*, 17, 100453. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100453>
- Samsu. (2017). *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development* (Rusmini, Ed.). Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).

- Setiawan, D. M. A. (2016). *City Branding “Shining Batu” Sebagai Upaya Pengembangan Image Kota Batu* [Sarjana, Universitas Brawijaya]. <http://repository.ub.ac.id/118318/>
- Soyomukti, N. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Vol. 2). Ar-Ruzz Media.
- Sufa, S. A., Subiakto, H., Octavianti, M., & Kusuma, E. A. (2020). Wisata Gastronomi Sebagai Daya Tarik Pengembangan Potensi Daerah Kabupaten Sidoarjo. *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 75–86. <https://doi.org/10.35760/mkm.2020.v4i1.2497>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Suwendra, I. W. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan dan Keagamaan*. Nilacakra.
- Tiofani, K. (2021, April 8). *Apa Itu Gastronomi dan Fungsinya untuk Kuliner Indonesia?* KOMPAS.com. <https://www.kompas.com/food/read/2021/04/08/100900875/apa-itu-gastronomi-dan-fungsinya-untuk-kuliner-indonesia->
- UNWTO. (2017). *Affiliate Members Global Report, Volume 16 – Second Global Report on Gastronomy Tourism*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284418701>
- Yousaf, S., & Xiucheng, F. (2018). Halal Culinary And Tourism Marketing Strategies On Government Websites: A Preliminary Analysis. *Tourism Management*, 68, 423–443. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.04.006>

